جامعة الملك سعود
King Saud University

كرسي القرآن الكريم وعلومه
Chair of Qur'anic Sciences

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة الملك سعود
كرسي القرآن الكريم وعلومه

النهوض بالمؤسسات القرآنية عبر الإعلام الجديد

بحث مقدَّم
للمؤتمر الدولي لتطوير الدراسات القرآنية
٦/٤/١٤٣٤ هـ - ١٦/٢/٢٠١٣م

إعداد

نايف إبراهيم كريري

المؤتمر الدولي لتطوير الدراسات القرآنية
International Conference for the development of Quranic Studies

النهوض
بالمؤسسات القرآنية
عبر الإعلام الجديد

بحث مقدَّم

للمؤتمر الدولي لتطوير الدراسات القرآنية

٦/٤/١٤٣٤هـ - ١٦/٢/٢٠١٣م

إعداد

نايف إبراهيم كريري

بسم الله الرحمن الرحيم

السيرة الذاتية

معلومات شخصية:

- نايف بن إبراهيم بن محمد كريري
- من مواليد منطقة جازان - المملكة العربية السعودية بتاريخ ١٤٠٢/٨/٢٣هـ الموافق ١٩٨٢م.
- بكالوريوس من كلية اللغة العربية تخصص بلاغة ونقد من جامعة أم القرى بمكة المكرمة عام ١٤٢٦ هـ /١٤٢٧ هـ الموافق ٢٠٠٦/٢٠٠٧م.
- البريد الإلكتروني: naif3004@hotmail.com

الوظائف والأعمال:

- إعلامي بقسم العلاقات العامة والإعلام بجامعة جازان من ١٤٣٠/٨/٢٠ هـ الموافق١١/٨/٢٠٠٩م وإلى الآن.
- عضو المجلس الدولي للغة العربية والاتحاد الدولي للغة العربية من عام ١٤٣٣ هـ - ٢٠١٢م.
- محرر صحفي غير متفرغ بجريدة المدينة "ملحق الأربعاء الثقافي" ابتداءً من ١٤٢٥/١٢/٢٦ هـ وإلى الآن.

المشاركات:

- المشاركة ببحث في ملتقى نادي تبوك الأدبي بعنوان "دور الإعلام الثقافي في صناعة التنمية" خلال الفترة من ١٩-٢١ ذو القعدة ١٤٢٩ هـ، الموافق ١٧- ١٩ نوفمبر ٢٠٠٨م.

- المشاركة بورقة عمل في مؤتمر الأدباء السعوديين الثالث بالرياض بعنوان "الصحافة الأدبية في المملكة بين المهنية الإعلامية والنشر الأدبي.. ملحق الأربعاء الثقافي بجريدة المدينة أنموذجاً"، والذي عقد خلال الفترة من ٢٧-٣٠ ذي الحجة١٤٣٠ هـ، الموافق١٤-١٧ديسمبر٢٠٠٩م.
- المشاركة في ندوة عن الإعلام الجديد بمنطقة جازان "دور الإعلام الجديد في تسويق جازان" يوم الأربعاء ١٤٣٢/٣/٢٠ هـ.
- المشاركة في ندوة عن دور الملاحق الثقافية في الصحف السعودية بنادي حائل الأدبي ١٤٣٢/٤/٢٢ هـ.
- المشاركة بورقة بحثية في ملتقى قراءة النص بعنوان "اللغة والإنسان"، بعنوان: "أثر اللغة المستخدمة في خطاب الصحوة الإسلامية" بنادي جدة الأدبي خلال الفترة من ٢٤-٢٦/٤/ ١٤٣٢ هـ.
- المشاركة بورقة بحثية في ملتقى دارين الأول بنادي المنطقة الشرقية الأدبي عن المجلات الثقافية وتنمية المعرفة بدول الخليج، بعنوان: "موات المجلات الثقافية وسطوة الإعلام الجديد"، خلال الفترة من ٥-١١/٧/ ١٤٣٢ هـ.
- المساهمة ببحث عن جامعة جازان بعنوان "إسهامات جامعة جازان في المجالات الثقافية للتنمية المحلية لمنطقة جازان"، وأنجز في عام ١٤٣٣ هـ.
- المشاركة في المؤتمر الدولي الأول للغة العربية بلبنان بورقة بحث بعنوان "كراهية الأجيال الجديدة للغة العربية" خلال الفترة من ٢٦-١٤٣٣/٤/٣٠ هـ الموافق ١٩-٢٣مارس٢٠١٢.
- المشاركة في ندوة عن "دور الإعلام الجديد في خدمة الثقافة" والتي نظمتها جمعية الثقافة والفنون بجازان في ١٤٣٣/٥/١٨ هـ.

- المشاركة في ملتقى نادي مكة الأدبي الرابع بورقة بحث بعنوان "شباب الإعلام الجديد وآفاق الثقافة" خلال الفترة من ٢٤-١٤٣٣/٥/٢٧هـ الموافق ١٦-٢٠١٢/٤/١٩م.
- المشاركة في ملتقى نادي القصيم الأدبي السابع بورقة بحثية بعنوان "صراع النخب السعودية في المشهد الثقافي" خلال الفترة من ١٦-١٤٣٣/١١/١٨ هـ الموافق ٢-٢٠١٢/١٠/٤م.

ملخص البحث

يعد الإعلام الجديد اليوم سلطة رابعة لما له من تأثير واضح وبيّن على مختلف المجالات والأصعدة، وإذا ما سلطنا الضوء أكثر على ظاهرة الإعلام التي باتت تتزايد يوماً بعد يوم، كما أن هذا التزايد مرهون بمقدار نشر الوعي وقوة التأثير على المتلقي، وهو ما نفتقده في عدد وسائل الإعلام بفروعها المختلفة فضلاً عن تواجدها في الإعلام القرآني المعني عناية مباشرة بقضية تفعيل التكامل بين وسائل الإعلام بشكل عام والإعلام الجديد بشكل خاص والمؤسسات القرآنية.

ويأتي هذا القصور في مجال الإعلام الجديد لاعتبارات متعددة لعل من أهمها هي حداثة وجدية هذا النوع من الإعلام، ولهذا فما زالت كثير من المؤسسات وخاصة القرآنية منها غافلة عن كيفية الاستفادة من هذا الإعلام وتوجيه ذائقة الملتقي إلى الأهداف التي تنشدها والغايات التي تتبعها والرسالة القرآنية التي تعمل من أجلها.

ولأن المؤسسات القرآنية ما تزال بعيدة عن تقديم إعلام جديد يتواكب مع مرحلة العصر ومتطلبات الجيل، أو تقديم ما يمكن أن يرقى بالعقول ولا يسطحها، فإن الساحة تشهد بعض الاجتهادات هنا وهناك لتقديم إعلام يسهم وبشكل قوي في الرقي بعقول المتلقين، وفي إيصال رسالة المؤسسات القرآنية على أكمل وجه.

ولذلك فإن هذه الورقة ستسلط الضوء على أهمية الإعلام الجديد، ووسائل نهوض هذا النوع من الإعلام بالمؤسسات القرآنية المختلفة وأوجه الاستفادة من الإعلام الجديد، وذلك عبر المحاور التالية التي ستناقشها الورقة:

المحور الأول: في مفهوم الإعلام والإعلام الجديد.

المحور الثاني: مفهوم المؤسسات القرآنية.

المحور الثالث: علاقة المؤسسات القرآنية بالإعلام الجديد.

المحور الرابع: الاستفادة من وسائل الإعلام الجديد المختلفة.

المحور الخامس: النتائج والتوصيات.

المقدمة

يعد الإعلام الجديد اليوم سلطة رابعة لما له من تأثير واضح وبيّن على مختلف المجالات والأصعدة، وإذا ما سلطنا الضوء أكثر على ظاهرة الإعلام التي باتت تتزايد يوماً بعد يوم، ومع هذا التزايد في وسائل الإعلام المختلفة فإن أهميته تكمن في مقدار نشر الوعي وقوة التأثير على المتلقي، وهو ما نفتقده في عدد وسائل الإعلام بفروعها المختلفة فضلاً عن تواجدها في الإعلام القرآني المعني عناية مباشرة بقضية تفعيل التكامل بين وسائل الإعلام بشكل عام والإعلام الجديد بشكل خاص والمؤسسات القرآنية.

ويأتي هذا القصور في مجال الإعلام الجديد لاعتبارات متعددة لعل من أهمها هي حداثة وجدية هذا النوع من الإعلام، ولهذا فما زالت كثير من المؤسسات وخاصة القرآنية منها غافلة عن كيفية الاستفادة من هذا الإعلام وتوجيه ذائقة الملتقي إلى الأهداف التي تنشدها والغايات التي تتبعها والرسالة القرآنية التي تعمل من أجلها.

ولأن المؤسسات القرآنية ما تزال بعيدة عن تقديم إعلام جديد يتواكب مع مرحلة العصر ومتطلبات الجيل، أو تقديم ما يمكن أن يرقى بالعقول ولا يسطحها، فإن الساحة تشهد بعض الاجتهادات هنا وهناك لتقديم إعلام يسهم وبشكل قوي في الرقي بعقول المتلقين، وفي إيصال رسالة المؤسسات القرآنية على أكمل وجه.

ولذلك فإن هذه الورقة ستسلط الضوء على أهمية الإعلام الجديد ووسائل نهوض هذا النوع من الإعلام بالمؤسسات القرآنية المختلفة وأوجه الاستفادة من الإعلام الجديد، وذلك عبر محاورها التالية التي ستناقشها.

المحور الأول

في مفهوم الإعلام التقليدي.. والإعلام الجديد

تراجع الإعلام التقليدي في الفترة الماضية، وخاصة خلال العقد الأخير تراجعاً كبيراً بسبب عدد من العوامل التي تفاقمت على السطح وأدت إلى مثل هذا التراجع الكبير في مختلف وسائل الإعلام التقليدية، ولعل من أهم تلك الجوانب الإعلامية التقليدية جانب الإعلام المطبوع وخاصة الصحف الورقية منها فقد أدى هذا التراجع إلى توقف العديد من هذه الصحف الورقية عن الصدور وغيابها عن الحياة.

وفي جانب آخر من هذا الإعلام التقليدي أدّى ظهور العديد من القنوات التلفزيونية الحديثة والمتواكبة مع معطيات العصر إلى ضعف الإقبال على عدد من القنوات التلفزيونية الرسمية أو القنوات التلفزيونية التقليدية التي لم تتطور بسبب قلة الدعم المادي لها وغياب الرؤية الإعلامية الحديثة.

ومع ظهور وانتشار تكنولوجيا المعلومات الحديثة، تغيرت ظروف ووسائل التعبير وتبادل المعلومات بشكل كبير، وتطورت العلاقات بين المواطنين والهيئات داخل المجتمع، وأعيد النظر في مجموعة من القيم ومبادئ التنظيم الاجتماعي إلى درجة أنها أصبحت معرضة للخطر، فشبكات الاتصال التي تشكل فضاءً واسعاً للنشر العام أضحت مفتوحة للجميع، وجميع محتويات الإنترنت لا تخضع لأي تحكم أو تقييم قبل

وضعها على الشبكة. من هنا اتضحت معالم الخطر الذي يسببه جزء من المعلومات التي تبثها الإنترنت والتهديدات الحقيقية التي توجهها للقيم والمفاهيم والتصورات داخل مختلف المجتمعات. ومما زاد في حيرة وانزعاج الأطراف المعنية هو أن المعلومات المنشورة على الإنترنت والتي تثير مخاوف الكثيرين توجد تحت تصرف الجمهور بكل فئاته وأعماره ومستوياته الثقافية(١).

كما بات اليوم عدم إغفال الدور الكبير الذي حققه الإعلام الجديد من حيث التأثير والوصول والاجتماع وطرح الأفكار والرؤى، وقد كانت كل هذه الأمور هي ديدن الإعلام التقليدي في يوم ما وربما لازالت، ولكن المقارنة أقل بكثير مما حققه هذا الإعلام الجديد في هذا المجال وبمدى الاستجابة الكاملة التي يحظى بها من قبل المتلقي.

وعلى هذا النحو فإن الإعلام الجديد منظومة تواصلية جديدة، مختلفة في طرق اشتغالها عن منظومة التواصل المؤسساتي أو المنظومة التواصل الجمعي (إعلام النحن، إعلام الجماهير). إذ تقوم هذه المنظومة على نظام محدد من العلاقات بين الفاعلين داخلها. فالهاتف الجوال مثلاً يمكن استخدامه كوسيط لمنظومات تواصلية مختلفة. وتستخدم المؤسسات الاقتصادية الهاتف الجوال لأغراض التسويق والعلاقات العامة والتجارة. ولهذا الاستخدام هدف دعائي أو تجاري. أما المؤسسات الإعلامية فهي

---

(١) بحث بعنوان: الوجه الآخر للوصول إلى المعلومات في الدول النامية: دراسة حالة الوطن العربي، المجلة العربية للعلوم والمعلومات، تونس (٢٠٠٦).

تستخدم الهاتف الجوال كوسيط جديد لتوزيع مضامين إعلامية. وتهدف المؤسسات الإعلامية من خلال استخدام الهاتف الجوال تنويع مصادرها المالية وتعزيز علاقاتها مع جمهورها وتمديدها. وبالتالي فالإعلام الجديد يعد منظومة تواصلية جديدة تقوم على وسائط ومضامين ونماذج اقتصادية مستحدثة، فإذا كان الإنترنت يمثل الوسيط الإعلامي السادس الذي تعتمده المؤسسات الاقتصادية في إستراتيجيتها الاتصالية فهو بالنسبة للإعلام منظومة رابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث أي الصحافة المكتوبة والتلفزيون والإذاعة إضافة إلى الهاتف الجوال كمنظومة خامسة في طور التشكل تتأسس بدورها على نماذج تحريرية واقتصادية مخصوصة(١).

ويعطي الإعلام الإلكتروني القارئ فرصة إطلاع أكبر من الناحية الكمية، ففي جلسة واحدة أمام الكمبيوتر يستطيع القارئ أن يطالع عشرات المصادر الإعلامية، من جميع أرجاء العالم، ودون تكلفة مالية تذكر، وهو أمر غير ممكن عملياً من حيث الوقت ومن حيث الكلفة، في التعامل مع الإعلام التقليدي. ويعطي القارئ أيضاً حرية الانتقاء والمقارنة، من خلال الإطلاع السريع على العديد من المصادر المختلفة الرؤى والخلفيات، واستخلاص النتيجة التي يراها أقرب إلى الحقيقة، دون أن يظل أسيراً لرؤية مخصوصة، ولا تخفى قيمة ذلك في تحرير إرادة المتلقي في تعاطيه مع الوسيلة الإعلامية. إضافة إلى أنه يمكِّن من القراءة

---

(١) مجلة الإذاعات العربية، تصدر عن إتحاد إذاعات الدول العربية، بحث الإعلام الجديد، مقاربة تواصلية، د.الصادق الحمامي، العدد٤، (٢٠٠٦)

المتخصصة، فلم يعد من اللازم استنزاف الوقت والجهد في تصفح الصحف بحثاً عن موضوع معين، أو انتظار برنامج مخصوص في إحدى القنوات التلفزيونية، بل أصبح الإنترنت، بوسائل البحث في مادته، يمكنك من الاطلاع على الموضوع الذي تريد في الوقت الذي تريد. كما أنه يوصل الرسالة الإعلامية إلى مدى عالمي، ويتجاوز القيود التقليدية التي تقيد التلفزيون والصحافة المطبوعة، فهذه تحدها حدود "المكان" فلا يتجاوز بعضها مساحة معينة من البسيطة، كما تحدها حدود "الإمكان" فلا يستطيع الجميع الوصول إليها لأنها غير مجانية، بخلاف الإنترنت فلا تحده حدود المكان، وهو مجاني أو شبه مجاني في العادة(١).

وهكذا نجد أن هذا الإعلام الجديد قد غيّر كثيراً من الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية ولابد أن يكون له بصمته أيضاً على جانب هام وهي المؤسسات القرآنية، كما أحدث عدداً من التحولات وخاصة فيما يتعلق بإنتاج الخطابات واحتكار المنابر التي كانت من قبل في الإعلام التقليدي حكراً على عدد من السياسيين والإعلاميين والمفكرين وغيرهم. فبفضل الإعلام الجديد وشيوع منتديات الحوار وصفحات الدردشة والمدونات والمواقع العامة والخاصة ومواقع التواصل الاجتماعية غدا هذا الاحتكار مستبعداً وأصبح للأفراد والجماعات حق الكلام في أي مجال وإيصال صوتهم ورسالتهم لمن يريدون.

---

(١) مقالة بعنوان: الإنترنت.. ثورة الفقراء في عصر التواصل، للكاتب محمد بن المختار الشنقيطي، في موقع الجزيرة نت، المعرفة.

وكما أن الإعلام الجديد عالم افتراضي تقوم فيه كل الصور الافتراضية عبر شبكات التواصل المختلفة، فإن عليه الالتزام كذلك بكثير من المبادئ والأخلاقيات - التي سنعرضها لاحقاً - الصحفية والمهنية والتخصصية كما أن له أن يغيرها بما يتناسب مع الإعلام الجديد وقيمه الجديدة ومبادئه الحديثة.

إضافة إلى تعدد صوره الإعلامية وتنوعها عبر هذا الفضاء الإلكتروني والمعلوماتي، وغدت شبكات التواصل الاجتماعية (كالفيس بوك، وتويتر، ويوتيوب، وغيرها) من أهم المواقع العالمية التي تحظى بمتابعة دائمة ومستمرة، إضافة إلى كثير من المواقع المتخصصة في شأن معين فهي أيضاً تجد إقبالاً كبيراً من قبل الجمهور المتابع لكثير من هذه المواقع العالمية اليوم، كما أن الكتاب الإلكتروني ووسائط المعلومات المتعددة أيضاً صورة من صور تطور هذا الإعلام وظهور وسائل جديدة مستحدثة غير تلك التي كانت الأجيال تسير عليها.

وتعد الصحافة الإلكترونية في هذا المجال واحدة من النماذج الحية للإعلام الجديد والتي من خلالها عكست مدى الإقبال الجماهيري على هذا الإعلام وتراجع الصحافة الورقية وهو الصراع الذي لازلنا نعيشه فيمن يبقى ومن يموت ؟ فالبعض قد يرى مع تراجع الصحافة الورقية بداية الطريق لموتها واختفاءها، وأن السطوة القادمة هي للصحافة الإلكترونية، فيما يرى البعض الآخر أن هذه الصحافة الجديدة لم تزل في بداية الطريق حتى تحقق ما حققته الصحافة الورقية من مكاسب على الواقع، ولكن الدراسات والإحصاءات المتعلقة بهذا الجانب تشير إلى تراجع كبير على مستوى الصحافة الورقية، في ظل تصاعد للصحافة الإلكترونية

وذلك نظير ما تتمتع به من إمكانات وتقنيات تسهم في إيصال المعلومة للمتلقي بأشكال مختلفة، ولما تتميز به من سهولة في التحرير وعدم التقيد بوقت أو زمن وفتحها لأبواب النقاش بشكل جماعي من خلال التعليقات والدردشات، كما أن الجانب الاقتصادي يشكل رافداً آخر للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات وشراء المقالات والاشتراكات في الأخبار السريعة وتفاصيل المضمون.

ولكن هذه التجربة في عالمنا العربي لا تزال في بداياتها وقضية التنبؤ لا تزال رهن كثير من المعطيات على أرض الواقع، والتي بحاجة إلى كثير من الوقت لترسخ في ذهن المتابع وتحظى بكامل المصداقية لديه، وتقدم صحافة عالية الجودة وحصرية وعلى مستوى متقدم من المهنية، وتركز على التخصص في مجال معين تبعث من خلاله بأخبارها إلى المتابعين.

وفي مجال بحثنا هذا حول المؤسسات القرآنية نجد أنها بحاجة ماسة إلى الاستفادة من هذين الفنين في مجال الإعلام الجديد، وهما: الصحافة الإلكترونية، والمواقع الإلكترونية المتخصصة، مع كثير من الجدة والتطوير والابتكار حتى تصل إلى ذهن كل متابع ومتلق.

فالصحافة الإلكترونية تعكس لنا النبض الدائم والمستمر والأخبار الحدثية واليومية للمؤسسات القرآنية في محاولة دائمة ومستمرة للوصول إلى المتلقي، أما المواقع الإلكترونية المتخصصة فإنها تعكس الحالة البحثية والعلمية النشطة التي تقوم بها المؤسسات القرآنية في محاولة لتقديم الدراسات المتخصصة المتعلقة بالقرآن الكريم إضافة إلى الجوانب الأخرى التي يمكن أن يحتويها موقع كهذا.

تعزيز القيم والأخلاق عبر الإعلام الجديد:

مرت تقنية وتكنولوجيا المعلومات بمراحل متنوعة وطرق متعددة للوصول إلى ما وصلت إليه اليوم من تطور مذهل وصل بها إلى أن تكون ملازمة لكل فرد طوال يومه من خلال الأجهزة التقنية المحمولة (الذكية) متعددة الأشكال والأحجام، حيث مكنت الجميع من التواصل مع بعضهم وفي كل وقت وحين. ولاشك بأن لهذه التقنية المتطورة العديد من الجوانب الإيجابية، فقد أصبحت متعلقة بكثير من جوانب الحياة اليومية كما أصبحت وسيلة ميسرة للدعوة إلى الله تعالى ونشر الخير والفضيلة، ولا يمنع كوننا في العالم العربي متلقين لهذه التقنيات وليس لنا أي إسهام في صناعتها أن نكون فاعلين في مدى الإفادة منها في نقل خبراتنا وقيمنا ومبادئنا الخيرة وإيصالها للعالم أجمع، وقد مكنت الإنسان من القيام بالأعمال الكبيرة دون بذل جهود كبيرة.

وكما أن لهذا الإعلام الجديد والتقنية الحديثة جوانب إيجابية، فإن له أيضاً سلبيات خطيرة سواء على الجوانب الأخلاقية والفكرية وغيرها، وتعد ظاهرة الإدمان على الإنترنت والتقنية بشكل عام حالة منتشرة لابد من الحذر منها، ومن سلبياتها تأثيرها على المشاركة الاجتماعية الواقعية والعلاقات الأسرية حيث يجب الحذر من الفصل الاجتماعي الذي تحدثه التقنية من خلال المبالغة في التعامل مع التقنية والانتقال من المجتمعات الحقيقية الأسرة والأقارب إلى المجتمعات الافتراضية عبر فضاءات التقنية.

في هذا الجانب تبرز قضية القيم بشكل كبير عند الحديث عن جيل جديد من أفراد المجتمع يحوي الشباب وغيرهم وطريقة تعاطيهم مع هذا

الإعلام الجديد، فإنتاج القيم والثقافة هي المحصلة المرجوة من هذا الإعلام البديل، ولكن كيف تكون هذه القيم وبحساب أي معطيات وتحت أي مقياس؟، وفي المقابل ما هي القيم المرتبطة بالإعلام الجديد وما مدى تأثيرها في العقول وما مدى قياس فعاليتها ونجاحها على الواقع في جذب أكبر شريحة من الجماهير؟ وما الأسئلة المهمة عند الحديث عن الواقع الثقافي والقيمي في الإعلام الجديد، وهي أيضاً بحاجة ماسة إلى دراسات أعمق حتى يكون الحديث فيها على ضوء معطيات ونتائج معلومة لا حديث أهواء ونزعات قبلية تقال هنا وهناك.

ويرتبط مفهومي القيم والأخلاق كثيراً عند الحديث عن موضوع بحثنا هذا "المؤسسات القرآنية" فهما مرتبطان بشكل كبير بها، وعلى هذه المؤسسات رسالة كبيرة في رسم منظومتي القيم والأخلاق من خلال الرسالة القرآنية الخالدة والتي أسست لهذين المفهومين كثيراً ونظمت كثيراً منها، ولم يتبقى إلاّ طُرق التنفيذ التي نحن بصدد جزء منها في هذه الورقة البحثية.

إن مفهوم القيم والقيمة والمحافظة عليهما يعد أمراً هاماً إذا ما أراد أي شعب أو جيل الحفاظ على النظام الاجتماعي الذي يعيش فيه، والسير في ضوء مفاهيم متعارف عليها تمثل القيم الكبرى والصغرى وتحقق المصلحة الفردية والاجتماعية، والإسلام كغيره من الديانات يحرص على تحقيق القيم والأخلاق للمجتمع الذي يحل فيه بل ويدعو إلى ذلك في مواطن كثيرة، كما تدعو كثير من الديانات. ولكل قيمه ومبادئه وأخلاقه التي ينطلق منها.

إن القيم والثقافة تصبّان في محصلة واحدة هي تهذيب النفس البشرية

والسمو بها من خلال الأفكار التي تغرسها في العقول، فكما أن القيم تهذيب للنفس من الداخل والخارج فكذلك الثقافة تعمل مع العقل وتجعله أكثر وعياً وأوسع معرفة وأقدر تعاملاً مع الواقع.

ولن يكون الإعلام الجديد بعيداً عن هذا الجانب ولكن لكل جيل قيمه وأخلاقه التي تتناسب مع واقع عصره، وله أيضاً ثقافته التي ينطلق منها لتحقيق ما يصبو إليه، ولذلك لن يكون مستغرباً مع ظهور هذا الإعلام الاجتماعي البديل ظهور قيم جديدة من واقع الرقمية والمعلوماتية، وصياغة ثقافة تتناسب مع هذا الواقع التقني، وما الكتاب الإلكتروني إلاّ واحداً من هذه الثقافة الجديدة التي عارضها كثير في البداية، ولكن في النهاية وجد هذا النوع من الكتب لنفسه مجالاً رحباً وخصباً في عالمنا المعاصر.

المحور الثاني

مفهوم المؤسسات القرآنية

يطلق لفظ "المؤسسة" على كل نظام سياسي اجتماعي اقتصادي قائم في مكان ما بكل إيجابياته وسلبياته. وتعد كلمة "المؤسسة" كلمةً معقّدة تدّل من جهة على عمل (فعل أسس هو بهذا المعنى خلق وإيجاد شيء)، ومن جهة أخرى على نتيجة هذا العمل بحيث يصبح معطى اجتماعي متميز. وتستعمل الكلمة عادة للدلالة على الشيء المؤسس، فيقال: مؤسسات سياسية وإدارية ودينية.. إلخ(١).

والفكرة الأساسية التي تميز المؤسسة عن غيرها من أشكال التنظيم الاجتماعي هي استقلاليتها عن العناصر المتشكلة منها وتميزها عن هذا العناصر بحيث أنها تضيف إليها شيئاً جديداً لم يكن موجوداً لديها من قبل. وتتشكل المؤسسة غالباً تلبية لفكرة أو حاجة اجتماعية فتخلق لدى أفرادها شعوراً بالاختلاف والتميز تجاه الآخرين وتضطرهم إلى الدفاع عنها ؛لأنها تصبح تعبيراً عن وجودهم ودورهم الاجتماعي.

وتجدر الإشارة إلى أن مفهوم المؤسسة يتعارض من حيث المبدأ مع مفهوم العقد أو التعاقد. إذ أن التعاقد لا يدوم إلا بدوام الشروط التي أنتجته في حين أن المؤسسة تستمد ديمومتها من الوظيفة الاجتماعية التي تؤديها ومن مصالح الجماعة المرتبطة بها. كما أن التعاقد هو تعبير عن

---

(١) موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، (http://ar.wikipedia.org/wiki)

اتفاق بين إرادتين بينما تعبر المؤسسة عن إرادات عدة متجسدة في إرادة واحدة وسلطة قرار واحدة(١).

ومن هنا فإن المؤسسات القرآنية في العالم لابد أن تقوم على هذا المبدأ المؤسساتي الذي يضمن لها الفعالية والاستمرار وجودة المخرج والعمل المنتج من خلالها بعيداً عن الارتجال والعشوائية والتسرع في اتخاذ القرارات، فالعمل المؤسسي هو العمل الذي يرسخ للمفهوم الجمعي في تكوينات الشعوب، ويجعل له قبولاً لدى المتلقي ؛ لأنه قائم على تفكير عدد من العقول، وبالمشاركة مع عدد من الخبرات وأصحاب التخصصات العلمية المختلفة، وليست كمثل العمل الفردي القائم على الاجتهادات في كل القرارات والأعمال.

وفي هذا الجانب لابد من التنويه إلى أن كثيراً من المؤسسات القرآنية على المستوى المحلي والعالمي قد تفتقد إلى التنظيم الجيد والإبداع المتقن في العمل الذي يوصلها إلى مستوى المؤسساتية، ولذلك تظل زمناً ترزح في ضوء اجتهادات من هنا وهناك، وقد تتغير هذه الاجتهادات بحسب تغيّر المدراء والمسئولين في هذه المؤسسات أو تلك، حيث تبقى لكل واحد منهم تصوراته للعمل وطريقته في الأداء، وبهذا تخرج المؤسسات القرآنية في عملها من كونها مؤسسات قائمة على رؤية وتخطيط وأهداف ورسالة إلى جانب العشوائية وإنجاز العمل فقط للإنجاز دون أن يضاف إلى مفهوم التراكمية الذي تعتبر المؤسسات تطبيقاً فعلياً لهذا المبدأ.

---

(١) موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، (http://ar.wikipedia.org/wiki)

المحور الثالث

علاقة المؤسسات القرآنية بالإعلام الجديد

وكما أن في الإعلام جانب فردي وجوانب جماعية ومؤسساتية فهو أيضاً لا يقوى إلاّ بالعمل المؤسسي، فعندما يبنى الإعلام على المؤسساتية الفاعلة فإنه يقدم دوراً كبيراً على كافة المستويات وعندما يتصلب في قالب الفردية فإن مفعوله يتراجع كثيراً ويبقى رهن لهذه الفردية ومتخلق بمزاجها كيفما شاءت فيغيب عن أداء دوره الحقيقي والفاعل.

ولذلك فإن العمل المؤسساتي مبني على التكامل في جميع الجوانب التي تكمل النقص الحاصل في المؤسسة، ولأن الإعلام واحد من الجوانب الهامة في أي مؤسسة، إذا لم يكن هو مؤسسة بذاته، فإنه لابد أن يفسح له مجال واسع في المؤسسة ليعمل على تقديم هذه المؤسسة أو المنشأة على أكمل وجه، ويسهم في عكس الصورة الحقيقية عن دورها وأعمالها التي تقوم بها.

ولاشك أن المؤسسات القرآنية تقدم دوراً فاعلاً في المجتمع من خلال أنشطتها المختلفة والتي تسهم في خدمة ما بُنيت عليه وهو القرآن الكريم، فإن الجانب الإعلامي المتماهي في منظومة المؤسسة القرآنية يعطي للعمل بعداً جديداً وفضاءً مختلفاً عمّا اعتادت عليه المؤسسة، فكثير من المشاريع القرآنية أو التي تسهم في خدمة القرآن الكريم قد تبقى لسنوات طوال دون أن يعرف عنها أي متلق شيء، وتنزوي في ركن قصي حتى تموت أو يتعداها الزمن والسبب في ذلك ضعف الإعلام

الخادم لهذا المشروع أو ذاك أو لهذا العمل أو ذالك.

ويشكل الإعلام اليوم ميدان التأثير الأبرز في مفاصل الحياة الإنسانية، فقد تحولت الأدوات الإعلامية المتعددة، من صحافة وتلفزيون وإذاعة، مضافاً إليها شبكة "الإنترنت"، إلى وسيلة مباشرة في عملية صياغة الاهتمامات والمشاعر اليومية للناس. وعلى الرغم من أن الإعلام فنٌ مستقلٌ عن غيره من الفنون الأدبية والفكرية، إلا أنه المستفيد الأبرز من تطور العلوم كافة، بما في ذلك القفزات النوعية التي شهدتها التقانة المعاصرة، والتي أعادت صياغة العقل البشري واهتماماته وفقاً لنظم وقواعد جديدة تراعي دينامية الزمن، والتدفق الواسع للمعلومات، وارتفاع مستوى المنافسة في ميدان تداول المعلومات وعولمتها(١).

ولقد شهد العقدان الأخيران، انتشاراً واسعاً لوسائل الإعلام، ذات البعد الدولي، والتي تسعى إلى تجاوز الحدود للتأثير على قطاعات جغرافية بعيدة عن مركز الوسيلة الإعلامية، بل إن بعض وسائل الإعلام، لم تعد قادرة على تحديد مركزها الرئيس في ضوء الانتشار الإداري والفني والمهني للوسيلة، ولا شك أن التقانة الحديثة أتاحت للإعلاميين تحقيق طموحاتهم الثرية في تحويل العالم الواسع إلى قرية صغيرة، من خلال تداول المعلومة في سرعة قياسية، دون اكتراث بالحواجز السياسية والجغرافية والثقافية(٢).

---

(١) "الإعلام فن وحرفة"، دورة مطبوعة للخبير الإعلامي أحمد رمضان، (٢٠٠٦).

(٢) "الإعلام فن وحرفة"، دورة مطبوعة للخبير الإعلامي أحمد رمضان، (٢٠٠٦).

لقد شكل ظهور الإعلام الإلكتروني، وانتشار الإعلام الفضائي، تحوّلاً هاماً في مستوى تأثير الإعلام على الرأي العام، وحركة الجماهير، وأدى تجاوز الحدود السياسية، وقيود الدولة المركزية، ومحدودية التكلفة، إلى ظهور أدوات إعلامية قادرة على تشكيل رأي عام يتجاوز البقعة الجغرافية، واختلاف الثقافات، وتتوفر لديه إمكانية الخطاب بعدة لغات، وقد ساهم ذلك، إلى حد كبير في نشوء الحركات الشعبية العابرة للحدود(١).

ولذلك فإن الإعلام يمكن أن يخدم هذه المؤسسات القرآنية ويعمل على النهوض بدورها من المحلية إلى العالمية طبقاً للمعطيات الضخمة التي يوفرها هذا الإعلام، فهو قد يسهم في نقل المشاريع القرآنية من محيطها المحلي إلى محيط أوسع وهو العالمي، ومع الإعلام الجديد اليوم وقد غدا العالم عبارة عن قرية واحدة أو بيت واحد، فإن الاستفادة من هذه الإمكانيات الهائلة لابد أن تكون في عقل كل مسئول ومهتم بتطوير أداء هذه المؤسسات القرآنية لتلحق بالركب العالمي وتسهم من خلال هذا الحقل الإعلامي الجديد بمشاريعها الرائدة، وأهدافها النبيلة، ومقاصدها السامية، والتي قد لا تتوفر في أي مشاريع حياتية أخرى.

التخصص في الإعلام القرآني:

إن التخصص في المجال الإعلامي يعد كأي تخصص في أي مجال من مجالات الحياة، وليس الأمر كما يظن البعض أن من يبدع في فرع من فروع الإعلام فذلك يقوده للإبداع في أي مجال آخر، فلو كان الأمر

---

(١) "الإعلام فن وحرفة"، دورة مطبوعة للخبير الإعلامي أحمد رمضان، (٢٠٠٦).

كذلك لما احتاج الإعلام إلاّ لشخص واحد ليقوم بكل العمل، ويكون بمثابة (السوبر مان)، ولكن الزمن تغير كثيراً عن الماضي وتشعبت مجالات الإعلام وغدت صنعته صعبة جداً ولا يجيدها إلاّ القليل والنادر، إذْ ليس من المعقول أن يقوم أي إعلامي بممارسة إعلام خاص ومستقبل بالمؤسسات القرآنية أو إعلام قرآني، وصحيح أن الأدوات المهنية واحدة، ولكن استخداماتها تختلف من تخصص إلى آخر.

فالإعلام الجديد لابد أن يخرج من رحم المعاناة التي عانتها وسائل إعلام كثيرة حول مشكلة عدم التخصص في العمل الإعلام المتخصص، وذلك راجع بالدرجة الأولى إلى الإدارات المسؤولة، والتي من المفترض أن يكون التخصص أولى أولياتها وذلك لغاية الوصول إلى النتيجة المنشودة من خلال هذا العمل.

وستجد أقسام الإعلام الجديد التي سنوصي بإنشائها في المؤسسات القرآنية لاحقاً، صعوبة كبيرة في الفصل بين الإعلامي والموظف، وبين الإعلامي المتخصص في الإعلام القرآني والإعلامي بشكل عام، وهذا التداخل الدقيق في التخصصات هو الذي لابد من ضرورة وجوده في المؤسسات القرآنية حتى تستطيع أن تخرج إعلاماً على مستوى العمل والجهد المبذول بداخلها.

وحتى يكون الإعلام القرآني إعلاماً مهنياً ومتخصصاً لا بد أن يقوم على هذين الجانبين، ففي الوقت الذي يكون التخصص سبباً في تقدم العالم وتطوره من حولنا نكون نحن في آخر الركب بسبب (الإعلامي: السوبر مان)، وبحجة التغيير وعدم وجود الكفاءة والتلفيق في مؤسساتنا القرآنية.

المحور الرابع

الاستفادة من وسائل الإعلام الجديد المختلفة

تراهن المجتمعات اليوم على الاستفادة القصوى من تقنيات المعلوماتية ووسائل المعرفة التي باتت تشكل الرهان الحقيقي والمستقبلي لجميع الشعوب ومن يمتلكها، ويطورها، ويستفيد منها، فقد يستطيع أن يسهم في صناعة مستقبل مختلف عمّا كان يتوقعه، ولذلك تحوّلت شعوب العالم المتقدم اليوم من نمط الإنتاج التقليدي إلى نمط اقتصاد جديد هو "اقتصاد المعرفة" الذي يعني معرفة التكنولوجيا الرقمية الجديدة وفروعها العلمية المختلفة، والذي يعد مفتاحاً أساسياً للمنافسة المعلوماتية والمعرفية، ويمكن أن يأخذ منحى اقتصادياً أيضاً ويسهم في تطوير هذا الجانب من خلالها.

ومن أجل الإسهام الفعّال في هذا الجانب لابد من التعرف على وسائل الإعلام الجديدة التي يمكن أن تلبي لدى المؤسسات القرآنية جانباً من الاستفادة في مجال المعلوماتية والمعرفة، ولذلك يعد الإنترنت العامل الأساس في مجال الإعلام الجديد، ومنه تنبثق كافة الوسائل الإعلامية الجديدة المختلفة، ومنها أيضاً تتم الاستفادة القصوى في مجال المؤسسات القرآنية للنهوض بها أولاً، ولتفعيل دورها عبر هذا الفضاء المعلوماتي ثانياً.

عن الإعلام الجديد أو (الإلكتروني):

والإعلام الجديد (الإنترنت) هو فن ومهنة هذا الزمان وهذا العصر، وهو الذي سيتركز عليه الاهتمام في عالمنا العربي والخليجي تحديداً في المرحلة المقبلة وإن كان هذا تركيز متأخر والتفات بطيء، فهو إعلام متسارع يضخ آلاف المعلومات في وقت وجيز ويتغير من يوم لآخر، ويتبدل من وقت لآخر، فما يمكن أن يكون اليوم فحتماً سيجد عليه جديد في الغد، ولهذا فالاهتمام بهذا الإعلام الجديد أمر هام وضروري حتى نتمكن من المسايرة للعالم الجديد.

ويمثل هذا الإعلام والنشر الإلكتروني الذي تطور كثيراً إلى تقنيات الآيباد والآيفون والبلاك بيري والنوت أعظم تحدٍّ للإعلام الورقي وللمجلات الورقية بشكل خاص في المرحلة الحالية فقد بدأ هذا النوع الجديد من الإعلام في سحب البساط من تحت هذه المجلات الورقية عبر مجلات إلكترونية مشابهة للمجلات الورقية من حيث الاهتمام ولكنها مختلفة عنها فيما تقدمه في المبنى والمعنى، فأحدث ذلك تطوراً في مجال المجلات الثقافية والأدبية وتحولاً هائلاً عنها فيما تقدمه في المبنى والمعنى، فأحدث ذلك تطوراً في مجال المجلات الثقافية والأدبية وتحولاً هائلاً من الورقي إلى الإلكتروني وإن كنا إلى اليوم في عالمنا العربي بشكل عام لم نشعر بأهمية هذا التحول ولازال الولاء الأول للمجلات المطبوعة إلاّ أن الزمن والمرحلة المقبلة تقتضي تفكيراً أعمق في هذا التحول والعمل على إيجاد موائمة سليمة بين المجلات الورقية والإلكترونية دون سطوة أحدهما على الآخر فكما أن للإعلام الورقي - في الوقت الحالي تحديداً- سوقاً رائجاً -ربما يتغير مستقبلاً- فكذلك

فإن للإعلام الإلكتروني رواده ومحبوه سيجعلهم يدفعون بهذا الإعلام إلى الأمام بشكل أسرع، وعند ذلك سيتحول المسار بحكم الجيل وتغير التفكير من الورقي إلى الإلكتروني ولن يكون هناك تواجد للمجلات الثقافية هذه كواحدة من ممثلات الإعلام الورقي وستصبح السطوة لهذا الإعلام الجديد.

ويؤكد كثيرون أن الإعلام الإلكتروني هو إعلام المستقبل، ومن ثم وجب الاهتمام به وأداؤه بالشكل الأمثل، والدليل على ذلك اتجاه كثير من الصحف الغربية والأمريكية تحديداً إلى التحول من الشكل التقليدي إلى الإعلام الإلكتروني، وخاصة في ظل الأزمة المالية التي عصفت بالعالم عامي ٢٠٠٨ و٢٠٠٩ والتي ولدت أزمات مالية لكثير من جوانب الاقتصاد بما فيها المؤسسات الصحفية التي تعمل على أنها مؤسسة ربحية تصرف من مداخيلها. أثبت الإعلام الإلكتروني في سنوات عمره القليلة (تم التعارف على أن عام ١٩٩٢ هو عام ظهور أو صحيفة إلكترونية في العالم)، أثبت أنه أكثر جدوى في الوصول إلى الجمهور من الصحف التقليدية، وكثيراً ما يلبي احتياجات قراء الصحف ومشاهدي التلفزيون ومستمعي الإذاعة في آن واحد، كما تعد هذه الوسيلة الإعلامية ثورة في مجال التفاعل مع الجمهور، إذ أثبتت قدرة هائلة على تقديم مواد تفاعلية لم يسبق أن قدم التاريخ مثيلاً لها حتى في التواصل المباشر بين الأشخاص(١).

---

(١) موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، (http://ar.wikipedia.org/wiki)

الإنترنت:

تمكن أدوات ما يطلق عليها في عالم المعلوماتية بـ الملتي - ميديا من تجميع الوثائق المختلفة - كالنصوص والرسوم البيانية والوثائق الصوتية والصور الثابتة أو المتحركة أو الصامتة أو الناطقة - التي من الممكن الحصول عليها عند الطلب بالتجاوز أو بالتراصف، على الشاشة نفسها، سواء كانت شاشة حاسوب أو تلفزيون أو هاتف. إن فرادة هذه الوسيلة الاتصالية تكمن في الوقت نفسه في مزجها بين أشكال مختلفة من التعبير ومن التصور أو الاتصال، وهذه الإمكانية التي تقدمها (للإبحار) وفق الرغبة بين شكل وآخر، و(الانزلاق) كما نريد وفي الوقت الذي نريده، وفق نمط (سدّد واكبس). ويمكن الوصول إلى الملتي - ميديا بطريقتين: خارج الخط، على ركيزة مستقلة، مثل القرص أو الذاكرة، أو "الدي في دي DVD" الذي يقرأ بواسطة قارئ بدال، حاسوب، جهاز مكتبي، أو منزلي؛ ومن داخل الخط (أو على الخط)، بواسطة نهائي له شاشة وموصول بشبكة تسمح بالوصول إلى المعلومات أو إلى وسائل التسلية أو إلى المعاملات التجارية(١).

ويعد البريد الإلكتروني وجماعات النقاش، أو مواقع التواصل الاجتماعية، ومواقع المنتديات المختلفة والمواقع الشخصية والجماعية والمؤسساتية الأخرى، عالم من الشبكات في الإعلام الجديد، والتي تمكّن من ربط الحواسيب فيما بينها في العالم كله، ولم يعد أيضاً وسيلة

---

(١) الميديا، فرنسيس بال، وترجمة د.فؤاد شاهين، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط١ (٢٠٠٨).

تعبير واتصال فحسب مع الويب web، بل أصبح الإنترنت أكبر صحيفة عالمية يمكن أن يقرأ من خلالها العالم بكل يسر وسهولة، ومكتبة ضخمة تضم أكبر عدد من الكتب وسوقاً حراً ومجهزاً بأفضل التجهيزات.

وفي مطلع القرن الواحد والعشرين، لم تجد الملتي - ميديا على الخط استخداماتها الحقيقية بعد. فهي غالباً ما تكتفي بإكمال وسائل الاتصال التقليدية بتحسين أدائها واستعمال مختلف لحسناتها المثبتة. ولقد بددت الملتي - ميديا - وليست هذه بلا شك أقل حسناتها- سوء التفاهم الذي رعته وسائل الاتصال الأخرى وخاصة التلفزيون، عندما كانت ولا تزال نادرة وقليلة التنوع. فهي تمنعنا من نسيان أن وسائل الاتصال ليست إلاّ مجرد أدوات، مفيدة بالتأكيد، وحتى ضرورية، شرط أن تستخدم فقط عندما يبرر أداؤها ذلك، ليس دائماً، ولا في أي مكان، ولا لأي شيء(١).

وهكذا نجد أن الإنترنت اليوم طاقة كبيرة وضخمة ولكنها مهدرة في عالمنا العربي عندما ننظر في كيفية التعامل معها، وذلك عائد إلى القصور المعرفي بأهمية هذا الجانب من مختلف الشرائح المكونة للمجتمعات العربية، فعندما لا يتعدى الأمر إرسال بريد إلكتروني، أو استقبال آخر في المؤسسة بين أفرادها، أو استخدام برنامج الآوت لوك (outlook) فإن كثيراً من الجهود مهدرة في بدائيات المعرفة بتقنية المعلومات، وعلى ذلك لابد من تهيئة جديدة لدى عقول المسئولين ليكون الإنترنت طاقة

---

(١) الميديا، فرنسيس بال، وترجمة د.فؤاد شاهين، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط١(٢٠٠٨).

مستغلة يمكن التأثير من خلالها على العالم الخارجي -خارج المؤسسة القرآنية مثلاً- ويحاول أن يجذب الأنظار من الخارج إلى الداخل.

وسائل الإعلام الجديد:

كثيرة هي وسائل الإعلام الجديد التي ظهرت على الساحة الإعلامية وأخذت بعداً مختلفاً على كافة المستويات، واستطاعت أن تؤثر بشكل فاعل في المشهد العالمي برمته بعيداً حتى عن الجانب التخصصي في مجال معين، وذلك لحداثة هذه الوسائل ولقوة الإقبال الكبير عليها من خلال الإمكانيات والجهود والوسائل التي توفرها، مما تجعل المتلقي والمرسل على حدّ سواء يقفون على خط واحد من هذه الوسائل بل قد يتساوون في المسافة من هذه الوسائل الإعلامية المختلفة.

ولعل من أهم الوسائل الإعلامية الجديدة التي يمكن الإشارة إليها لكي تتم الإفادة منها في مجال المؤسسات القرآنية، وهي:

الوسائط المتعددة: هي واحدة من أهم مكونات هذا الإعلام الإلكتروني الجديد ترمز إلى استعمال عدة أجهزة إعلام مختلفة لحمل المعلومات مثل (النص، الصوت، الرسومات، الصور المتحركة، الفيديو، والتطبيقات التفاعلية). ولما كان إدراك وتصور المعلومات الجديدة يعتمد على تنوع طرق عرض هذه المعلومات وتقديمها للمتلقي؛ ذلك أن الرغبة في التلقي تزداد حينما تضاف المؤثرات البصرية والسمعية إلى النظام، حيث تشير البحوث العلمية إلى أن الإنسان يتلقى أكثر من ٨٠٪ من المعرفة من خلال حاسة السمع والبصر ونحو ١٣- ٢٠٪ ممن خلال السمع ويلي ذلك الحواس الأخرى التي تتراوح ما بين ١-٥٪ وهي حواس اللمس

والذوق والشم، من أجل هذا كله تم التركيز على اختيار واستخدام تقنيات الوسائط المتعددة في عرض المعلومات. وتعني الوسائط المتعددة: طائفة من تطبيقات الحاسب الآلي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة تتضمن النصوص والصور الساكنة والرسوم المتحركة والأصوات، ثم عرضها بطريقة تفاعلية وفقا لمسارات المستخدم. وعلى هذا يتضح أن الوسائط المتعددة هي عبارة عن دمج بين الحاسوب والوسائل التعليمية لإنتاج بيئة تشعبية تفاعلية تحتوي على برمجيات الصوت والصورة والفيديو ترتبط فيما بينها بشكل تشعبي من خلال الرسوميات المستخدمة في البرامج(١).

الفيسبوك: هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيسبوك" محدودة المسئولية كملكية خاصة لها؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضًا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفًا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم(٢).

---

(١) موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، (http://ar.wikipedia.org/wiki)

(٢) موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، (http://ar.wikipedia.org/wiki)

وقد غدا موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) متابع من قبل شريحة كبيرة في العالم، وما نشاهده من صفحات مختلفة باللغة العربية اليوم، نجد أضعافاً مضاعفة منها على نفس الموقع باللغات الأخرى، والتي تعد الإنجليزية أقواها على هذا الموقع، ولذلك فالمؤسسات القرآنية مطالبة بخوض غمار هذا الموقع والنظر في مدى الاستفادة من إمكانياته المهولة وتطويرها لعكس الصورة الإيجابية عنها ونشر ما تود نشره للعالم الخارجي والمتلقي.

تويتر: هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Tweets عن حالتهم بحد أقصى ١٤٠ حرف للرسالة الواحدة. وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك وTwitBird وTwitterrific وTwhirl وtwitterfox⁽¹⁾.

كما أن هذا الموقع على صغر حجم المادة المكتوبة فيه والتي لا تتعدى ١٤٧ حرفاً إلاّ أنها تستطيع أن تؤثر في دول وليس أفراد، ولذلك فالمؤسسات القرآنية لابد أن تدعم هذا الجانب لديها وتحاول أن تعزز هذا التخصص عبر تفريغ كوادر بشرية تستطيع أن تسهم في فتح المزيد من الصفحات بمختلف اللغات، وتكوّن رابطاً تواصلياً مع مختلف شرائح المجتمع.

---

(١) موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، (http://ar.wikipedia.org/wiki)

الصحف والمجلات الإلكترونية: نشأت الصحافة الإلكترونية في منتصف التسعينات، وشكلت ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فأصبح المشهد الإعلامي أقرب لأن يكون ملكاً للجميع وفي متناول الجميع، وأكثر انتشاراً وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد من القراء، وبأقل تكاليف، بذلك تكون الصحافة الالكترونية قد فتحت آفاقاً عديدة وأصبحت أسهل وأقرب لمتناول الجميع.

هذه الظاهرة الصحفية الجديدة التي تستعين بكل ثورات الاتصال والمعلوماتية استطاعت أن توجد نوعاً من الصحافة المهنية جديداً في قوالبه وطرق تحريره خرجت من خلاله عن القوالب التقليدية الجامدة التي صنعتها الصحافة التقليدية، وذلك بما تقدمه للصحفي من حرية كاملة ومسئولية في إبداء الرأي الذي قد لا ينشر في الصحف الرسمية، وإضافة إلى طرق التفاعل والتواصل مع الجمهور عبر الإنترنت بشكل أكثر انفتاحاً وأوسع انتشاراً من الصحف الورقية، بل إن حتى هذا الجهور يستطيع أن يسهم في المادة الخبرية المقدمة له من قبل الموقع الإلكتروني وذلك من خلال التعليق والإضافة وإيجاد مصادر أخرى تعزز الخبر وتقيمه، بعد أن أثبتت هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة قدرتها على تخطي الحدود الجغرافية والسياسية بيسر وسهولة.

وفي جانب آخر لا بد من الاهتمام بأمر مهم في هذا المجال، وهو تصميم مواقع هذه الصحف الإلكترونية وما تحتويه من نص فائق ووسائط متعددة وأساليب تكنولوجية وتقنية تتصل بهذه النوعية من الصحافة ؛ وذلك حتى تبدو هذه المواقع الإلكترونية صورة مغايرة ومختلفة تماماً عن أي شيء آخر تبرز من خلالها قيمة الجديد، وتنال على أكبر قدر من

المشاهدة والزيارة. فهناك فرق كبير بين التصميم الورقي للمجلات وتصاميم المجلات الرقمية، إضافة إلى الاهتمام بتتبع مسرى العين على شاشات الكمبيوتر عند مطالعة المجلات الإلكترونية، وأهم الخصائص والسمات المميزة لعملية قراءة المجلات الإلكترونية على شبكة الإنترنت، والمعايير التي يجب الالتزام بها في التصميم الجيد لهذه المواقع، والاهتمام بالعناوين والطرق المناسبة لجذب القارئ إليها، وتأثيرات الوسائط المتعددة على تصميم الموقع وطريقة تضمينها وإدراجها في الموضوع المنشور. إن تصاميم كثير من المواقع الإلكترونية لهذه المجلات الثقافية غير تفاعلية بالشكل المطلوب وتفتقر بشكل شديد إلى استخدام الوسائط المتعددة وعدم الاستفادة منها بالشكل المطلوب.

المحور الخامس

النتائج والتوصيات

بعد أن رأينا حداثة هذا الإعلام الجديد وتأخر كثير من المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية في التعاطي مع هذا الإعلام، فإنه من الواجب على المؤسسات القرآنية المحلية والعالمية الخروج من سباتها، وتعاطيها الخجول مع وسائل الإعلام التقليدية إلى فضاءات أرحب من الإعلام الجديد والتي ستمكّن لها طرق مختلفة من التعاطي مع مختلف الجوانب التي تلبيها هذه المؤسسات، ولذلك فإن هذه الورقة توصي بالتوصيات الآتية نحو تطوير جانب الإعلام الجديد أو (الإلكتروني) في المؤسسات القرآنية، وهي:

١- إيجاد أقسام متخصصة في مجال الإعلام الجديد داخل المؤسسات القرآنية المختلفة.

٢- إيجاد الكوادر البشرية المتخصصة في مجال الإعلام الجديد التي تباشر العمل في هذا الجانب داخل المؤسسات القرآنية.

٣- توفير الوسائل والإمكانيات والتجهيزات الشاملة لمواكبة الإعلام الجديد داخل المؤسسات القرآنية.

٤- انفتاح المؤسسات القرآنية على مختلف الوسائل الإعلامية في الإعلام الجديد.

٥- ترسيخ الإعلام الجديد كعنصر أساس من عناصر تطوير المؤسسات

القرآنية والذي ينبغي الاهتمام به وتحديثه بشكل مستمر حسب متطلبات العصر، وتطور تقنيات الإعلام الإلكتروني.

٦- إنشاء العديد من الموقع الإلكترونية التفاعلية على الشبكة العالمية ومواقع التواصل الاجتماعي، بموضوعات مختلفة، وذلك للإسهام في التعريف بجهود المؤسسات القرآنية.

٧- تكثيف الجهد الإعلامي للتعريف بالمؤسسات القرآنية، من خلال وسائط الإعلام الإلكتروني الجديد.

٨- الإسهام في مجال الترجمة للمواقع والصفحات الإلكترونية على شبكة الإنترنت إلى العديد من لغات العالم المختلفة.

٩- إنتاج العديد من وسائط المعرفة المتعددة للتعريف بالمؤسسات القرآنية وجهودها بمختلف اللغات والأشكال والأحجام.

١٠- المساهمة في تعريب عدد من البرامج والتطبيقات للعديد من الأجهزة الذكية لتكون هذه البرامج المعبر عن جهود المؤسسات القرآنية.

كرسي القرآن الكريم وعلومه
Chair of Qur'anic Sciences

جامعة الملك سعود
King Saud University

مركز تفسير للدراسات القرآنية
Tafsir Center for Qur'anic Studies